

情報の特徴と分類

著者	村松 幹男
雑誌名	北海道女子短期大学研究紀要
巻	23
ページ	273-288
発行年	1988
URL	http://id.nii.ac.jp/1136/00001711/

情報の特徴と分類

A Study of Some Features and Classification of Information and Intelligence

村 松 幹 男

Mikio MURAMATSU

I は じ め に

情報化社会といわれる、その「情報化」の意味は、多くの研究者が指摘するように技術力の発展、特にマイクロチップの急激な進歩（性能の飛躍的向上及び価格の下落）による、広い意味での「コンピュータ化」のことである。具体的には「情報」のデジタル符号化（これは、「情報」という概念の工学的側面における定義の確立とその利用を意味する）によって可能となった、「情報」の蓄積・伝達・処理量の爆発的な飛躍のことである。そのことが、企業経営における戦略や私たちの生活に大きな変革を迫っている。

ところで、私たちは「情報」という言葉から、実に様々な事柄を想像することができる。それは、国家機密のような事柄から、マーケティング・リサーチによって得られるような経済情報、そして日頃家族や同僚などと話し合われる噂や、どこからともなく広まる風評まで、実に広範囲の事柄を含んでいる。

しかし、経済・経営活動と「情報」との関係性を考察するときには、この広範囲な事柄を含む「情報」という概念をいかに把握のかがということが重要になる。すなわち「情報」の「特徴」の明確化と「情報」の「分類」が必要である。

そこで本稿では、まず初めに「情報の特徴」を考察するための前提的事柄を述べ、次に「情報の特徴」そのものを六つのメルクマールを挙げて明確にする。そして最後に、本論の視点から「情報の分類」を試み、それらがどのような「特徴」を有するかを明らかにする。

II 「情報の特徴」を考察するための諸前提

本章では、「情報の特徴」を考察する前に、その前提となる本論の三つの視点をまとめた。まず最初に「情報」とその類似概念である「知識」・「データ」との違いを、そして次に「情報」とサービスとの関係の明確化を試みる。最後に「情報」について考察するときに避けては通れない「主観性」について、四つの側面からの考察を試みた。

1. 「情報」・「知識」・「データ」

「情報」という言葉と類似した概念を持つ言葉として、「知識」とか「データ」がある。私たちはこの三つの言葉が無意識のうちの使い分けているが、その違いは何であろうか。

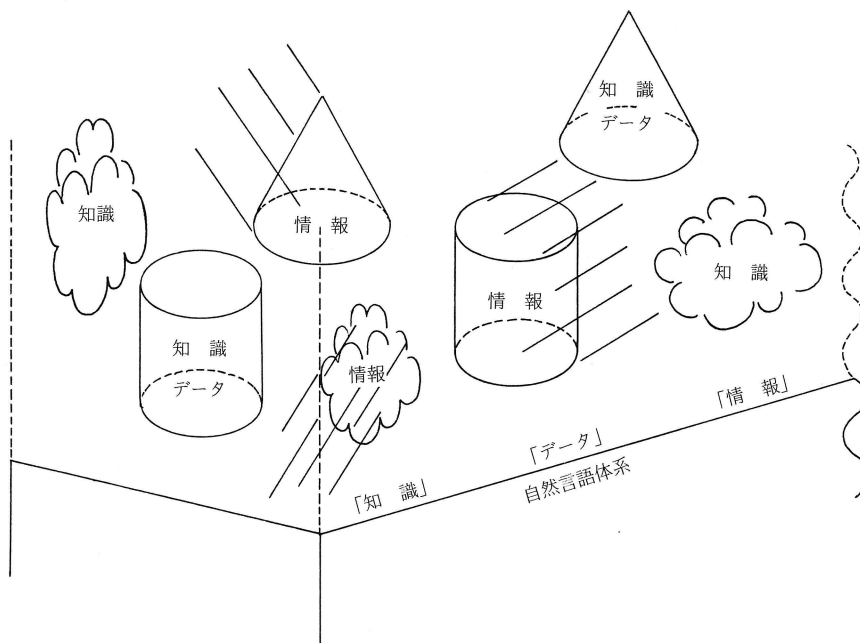
私たちは、ある言語を通して読み書きし、会話し、物を考える。

言語は、大きく二つの範疇に分けることができる。一つは、日本語とか英語とかスワヒリ語のように、長い歴史を通じて創られ補強され人々が通常に使用している「自然言語」（もちろん、現在通常の人々には使われなくなった言語～例えばラテン語～を含む）であり、もう一つは、コンピュータを動かすための「プログラミング言語」である。いずれにせよ言語は、一つの秩序ある体系である。

ところで私たちは、ある事柄を他の人に伝達しようとしたとき、もしうまく伝えることができなくとも「なにになについての知識がある」もしくは「情報がある」と言うことができる。しかし通常、「データがある」とは言わない。「データがある」と言うときには、大抵、理路整然とある事柄を伝えることができる。つまり、「知識」や「情報」と「データ」との違いは、「データ」の方がより整理され、ある形式（体系）に則っていることである。言い替えると「データ」は、秩序ある体系の上に構築された一つのまとまった体系を意味する（体系の重層構造）。従って「知識」や「情報」の中には、「データ」と呼ばれる（体系が重層構造化された）事柄と、ただ単に言語体系を通して蓄積されただけの（体系が重層構造化されていない）事柄の両方が含まれる。

では、「知識」と「情報」の違いは何か。それは、その性質にある。「情報」は、伝達されることによって価値を実現する。つまり、動的である。より静的な事柄は、「知識」と呼んで構わないであろう。例えば本に書かれている内容は、通常「知識」の一形態としてそこに存在するが、いざ私たちがそれを手に取り読み始めると、「情報」に転化し動き出すのである（図1参照）。

図1 「情報」・「知識」・「データ」



2. 「情報」とサービス

「情報を手に入れる」という行為について考えてみると、私たちは現在さまざまな方法でそれを行っている。

例えば、体の調子が悪ければ医者に、法律上の問題が生じれば弁護士にというように、ある専門知識を入手するために、幾ばくかの金を支払って専門家に尋ねる。あるいは本屋に行き、関係書物を入手して調べるかも知れない。非常に個人的で特殊な事柄であれば、興信所なり探偵社なりを訪ねて調査を依頼するだろう。

しかしながら、常に「情報」を得るために金を支払う必要があるわけではない。例えば、どんな家が貸し、もしくは売りに出ているのかを知りたいのなら、不動産屋に行き尋ねると良い。契約が成立しない限り、一切無料だ。そもそも、私たちが生活するということ自体が「情報」収集の活動とも言える。無料で「情報」を収集している例の方が多くくらいである。街に出て八百屋に行けば、そこに並んでいる値札を見て野菜の値を知ることができる。店員と話せば、もっといろいろ教えてくれるだろう。本屋での立ち読み、TV、ラジオ、さまざまな電話相談、これらは皆入手した「情報」に対して金を支払う必要はない^{*2}。

ところで、これらの大部分は、通常サービスと言われている事柄である。では、「情報」とサービスの関係は何であろうか。それは明らかに、常にサービスの提供が「情報」の提供を意味するわけではないということである。もっとも、どんな物、どんな事柄からでも「情報」を得ることができる。しかし重要なことは、サービスの中には、本来「情報」の提供を意図していない事柄が含まれているということである。例えばレンタルの事業は、「情報」の提供を意図しているというよりは、ある品物を貸すことによって、その品物を有する「便益」を提供すると考えることができる。同様に、統計分類上第三次産業（すなわちサービス）に分類されている小売店等は、例えば本屋は本を、八百屋は野菜を売るところであって、「情報」の提供を本務としているわけではない。

現在統計分類上、「情報」提供を主とした事業の大部分は、サービス産業に分類されている。いま述べたような理由に沿って、「情報」提供を主とした事業と他の事柄の提供を主とした事業（「情報」提供以外のサービス提供を主とした事業）を、大分類「サービス業」の「中分類」に則って分けてみた^{*3}（表1）。

* 1 もちろん、動的であるとか静的であるとかいうものは程度の問題であり、使用する人間の感覚の問題である。近々～これもまた漠然とした感覚的言葉である～伝達される可能性のある状態の事柄は「情報」と呼んでも差し支えないであろう。

* 2 厳密に言うと、交通費、電気代、電話代等がかかる。しかし、「情報」に対して支払われるわけではないので、得た「情報」自体は無料と言える。

* 3 第三次産業に含まれる、「電気・ガス・熱供給・水道業」「運輸・通信業」「卸売・小売業、飲食店」「金融・保険業」「不動産業」の中にも、「情報」提供に比重があるものがあるだろうが、省略した。

表1 「情報産業」と「サービス産業」
 (サービス業(中分類)を基にした分類)

サービス業

物品賃貸業	×	専門サービス業	△
旅館、その他の宿泊所	×	(他に分類されないもの)	
洗濯・理容・浴場業	×	・法律事務所、特許事務所	
その他の個人サービス業	×	・デザイン業	
・写真業		・学習塾	
・葬儀・火葬		(各種学校でないもの)	
等		・スポーツ・健康個人教授所	
映画業	△	等	
娯楽業(映画業を除く)	×	医療業	△
放送業	○	保健衛生	△
駐車場業	×	廃棄物処理業	×
自動車整備業	×	宗教	△
その他の修理業	×	教育	○
協同組合	×	社会保険、社会福祉	×
(他に分類されないもの)		学術研究機関	○
情報サービス・調査・広告業	○	政治・経済・文化団体	△
その他の事業サービス業	△	その他のサービス業	×
・速記・筆耕・複写業		・集会場	
・民間職業紹介業		・と畜場	
等		・他に分類されないサービス業	

○：主に情報を提供する産業 ×：主にサービスを提供する産業 △：両側面を有する産業

注 中分類で大体の事業所が主に情報を提供するかそれともサービスを提供するかによって印をつけた。したがって小分類や具体的事業所で見ていくと、整合しない場合もある。

本論で使用する「サービス」という言葉は、特別断わらない限り、「情報」の提供以外のサービスを意味している。

3. 「情報」と主観性

この節では、社会科学の側面から「情報」という事柄を現段階で扱うときに、特に留意したい主観性(これは「情報」の本質的属性といえる)について四つの側面からまとめた。

① 「情報」の認識についての主観性

～ある事柄を「情報」と受け取るか受け取らないかは人による～

例えば道端に落ちていたある物(石ころのような物)を見たとき、それを何らかの「情報」と受けとめるか、それとも風景として記憶にも残らず通り過ぎてしまうかは、人によって異なる。

これは、現実的経営活動には重要な側面となる。実際、ある事柄を「情報」と認識しなかったことによって、あるいは裏の意味(「情報」の重層構造。これはⅢの1の(2)で考察する)を察知しなかったことによって、ある損害を受けというような例は枚挙にいとまが無い。

しかし、何らかの「情報論」を展開する場合は、ある事柄を少なくとも「情報」として認識していることが前提となる。

② 「情報」の価値についての主観性

～ある「情報」に価値を見いだすか否かは人による～

例えば、不動産屋の前に張り出されている「住宅情報」は、住宅を捜している人にとっては、

価値ある「情報」であるが、そうでない人にとっては、それが一種の「情報」と認識しつつも価値は無い。「情報の価値」というテーマは、興味深く複雑な事柄ではあるが、本論でははじめから「価値のある」情報をあつかう。詳細は今後の研究課題の一つとしたい。

③ 「情報操作」についての主観性

～「情報操作」の行使の有無、もしくは善し悪しの判断は、人による～

④ 程度の主観性

～「コピーが容易だ」、「機密性がある」という表現は、主観的な事柄に過ぎない～

③と④に関しては、主観的であると認識しつつ、本論ではそのまま考察を進める。一般的に何らかの事柄を分析したり、ある理論を構築しようとするとき、極力主観的側面を排除しようとする。しかし例えば、「コピーが容易だ」という事柄を、「ゼロコストでコピーが可能な場合」と「いかにコストをかけてもコピーできない場合」というような二分法を用いても意味はない。特にその特徴を明らかにしたい場合は、言葉の曖昧さを認識しつつも、主観的側面を残さざるを得ないを考える。「情報」に本質的属性としての主観性がある以上、それを排除しようとするのは、それを取り入れるよりも歪んだ考察となる。

Ⅲ 情報の特徴

「情報」そのものは決して物ではなく、ある「内容」を意味している。このことが「情報」に、ある特徴付けをしている。本章ではそのことを、「多面性」・「コピー」・「機密性」・「希少性」・「虚偽」・「表現の魔術」という六つのメルクマールを基にして考察する。

1. 多面性

第一のメルクマールは、「多面性」である。これは、①主観性、②重層構造、③媒体という三つの側面から考える。

(1) 主観性

「情報」の実態は、伝達されることによってその価値が実現する、ある「意味内容」である。従って同じ事柄が、人によって「情報」になったりならなかったり、価値を有したり無価値であったりと、いろいろ異なる。

これは「サービス」にも当てはまる。また「物財」にもある程度いえることである。しかし、決定的違いは、「情報」はそれが認識されないときには存在しないに等しいが、「物財」の場合は客観的存在としてそこにある。

(2) 重層構造

「情報」には、ある情報を入手することによって、いままで持っていた「知識」なり「データ」なりを再統合し、新しい「情報」をそこから導き出せるという重層構造がある。言い替えると、「情報」には、表の意味内容の裏に、別の意味内容を含んでいる場合がある。ニュートンの引力発見のエピソードはよい例である。つまりニュートンは、「木から落ちたりんご（表の意味内容）」という「情報」によって「引力（裏の意味内容）」という自然界の「情報」を発

見したのである。

このことに関しては、「物財」や「サービス」についてはほとんど考えられない。

(3) 媒体

このことは、分類を試みる場合に生じる側面である。例えば、「総理大臣が不正の金を多額に受け取った」という意味内容を持つ情報は、噂として現れる場合もあれば、新聞の記事、TVのニュースとしても現れる。つまり「情報」は、いろいろな媒体を通じて伝わる。この側面に関しては、「物財」では余り考えられない。

2. コピー^{*4}

「コピー」というメルクマールを考える上で、次の三つの視点、①通常の物財の場合に私たちがイメージし思うことと、「情報」の「コピー」が同じであるか否か、②「コピー」が物理的に容易か否か、③「コピー」が現実的に容易か否か、からアプローチする。^{*5}

(1) 「コピー」というイメージから派生する事柄

私たちは「コピー」という言葉で、古くは美術品の複製から現在の（典型的な）複写機によるコピーまで、さまざまな事柄を思い浮かべることができる。その時、私たちは一般的に、「コピーされたもの（オリジナル）」と「コピー」を区別して考え、「オリジナル」＝「本物」、「コピー」＝「偽物」という図式にとらわれる。そして同時に、「オリジナル＝本物の方が良い」と思う。

実際今でも「本物」は重視されている。美術品はいうに及ばず、^{*6}各種証明書などは、一般的には本物でなければ認められない（もしくは、本物と相違ないという証明が必要になる）。また、「本物」が手に入りにくいいため、その「代替」として売買されるものも随分ある。ブランド製品のデザインをまねたコピー製品、味や外見をまねたいわゆるコピー食品など。

しかしこのことは、「情報」には当てはまらない。なぜなら「情報」の実態は「内容」であり、従って「情報」の「コピー」に、「本物」と「偽物」を区別する何物もない。当然「オリジナル＝本物の方が良い」ということにはならない。^{*7}これは、詩とか小説とかが、版を重ね体裁を変えてもその内容（の価値）に変化がないことと同じである。^{*8}

(2) 物理的側面

物財の場合、「コピー」の容易なものも困難なものもいろいろある。^{*9}しかし「情報」に関し

*4 もちろんここでいう「コピー」とは、「広告の宣伝文句」という意味で使われている「コピー」のことではない。

*5 「サービス」は「コピー」に馴染まない。

*6 もちろん、一部の例外はある。例えば、複製を行った本人が有名な作家である場合は、それ故、その複製品の価値が上がる。

*7 アプリケーション・ソフトの場合、コピー（禁止されていても、現実にはよく行われている）よりもオリジナルが重視されるのは、それに正式なマニュアルがついて来るからである。これは全く別の要因である。

ては、ほとんどの場合容易に「コピー」することができる。繰り返すが、その時「本物」と「偽物」を区別するなにもものない。

このことは、次のことを意味する。すなわち「情報」は、売り手がそれを売ったとしても、そのまま売り手の手元に存在し続けるということになる。これは他の物財では考えられない(Ⅲの3(3)参照)。

(3) 現実的側面

「コピー」が現実的にできるのかどうかという点については、「物財」も「情報」も変わりはない。ただ、「コピー」の現実的可能性については、「情報の分類」上重要になる。先程記したように、「情報」は物理的に容易に「コピー」することができる。しかしながら現実的には、二つのケースで「コピー」されることの希な場合がある。

① 「現実的に」 「コピー」しようと思ってもできない場合 (例えば、国家機密などは物理的には可能であっても、一般の私たちに「現実的に」 「コピー」するのは、ほとんど不可能である)。

② 「コピー」しようと思えばいくらでもできるが、實際上ほとんどされることがない場合 (例えば、噂話等はテープレコーダー等に記録したりと物理的には「コピー」が可能ではあるが、普通はそういうことはされない)。

3. 機密性と希少性

(1) 機密性

「機密性」とは、ある「情報」を入手したいと考えたときに、事前にどれほどその内容を知りうるかの度合を表す言葉である。それは同時に、ある「情報」の公開性 (容易に公開しうるか否か) を意味する。

「情報」には、「機密性」の高低が重要になる (しかしそれが、必ずしも「機密性」の高い事柄がより高い価値を有することを意味するわけではない)。一部の「情報」に関しては、全く「機密性」のない場合もある。しかしながら、経済もしくは経営活動に関する「情報」には、通常「機密性」が付随する。一般的な意味においての物財やサービスの売買とは全く異なり、「情報」の売買において、その全ての内容が知らされた後に売買契約の成立することは希である。説明するまでもなく、その段階で買い手はほしい情報を只で入手したことになるからであ

* 8 もちろん、直筆原稿とか初版本の価値は別問題であることは説明を要しないであろう。

* 9 物理的に「コピーが容易である」とは、客観的な基準は示し得ないが、コストが安く、時間が余りかからないことである。具体的には、個人や企業が、その家計や収支を損なわない程度のコストであり、しかもその人の生活やその企業の他の業務を損なわない程度の時間でできるということである。従って、文書やコンピュータのソフトウェアなどは、「容易にコピーできる」と言えるだろう。TV番組の録画は、同時進行でできるので、これも同じ事が言える。一方、巨大プラント等は、それにかかる金や時間は膨大であり、「コピー」が容易とは言えない。

る。従って買い手は、売り出された「情報」の情報には「嘘」が含まれる可能性を認識しつつ（後述する「虚偽」・「表現の魔術」に関連）、売り手との信頼関係のみに頼りに、その「情報」を買う決心をせざるを得なくなる。

(2) 希少性

希少性に関しては、従来の経済学において、一般的に、希少性の高いものは価値が高いとされているが、「情報」の場合そうとは言えない。そもそも「情報」は物理的に「コピー」が容易であり、従ってその属性として単独に「希少性」を有する事柄ではない。「情報」の「希少性」は「機密性」との深い関係の中で述べることができる。

(3) 機密性と希少性の密接な関係

ある「情報」が「希少性」を有するというのとは、転じて言えば、それには「機密性」があるということである。つまり、その「情報」の流布をうまく管理していることに他ならない。「情報」は公開され「機密性」を失うとその段階で「希少性」が低くなる。なぜなら一度公開され「機密性」を失った「情報」は、次々に「コピー」され広まっていく可能性を持っているからである。しかも物財や「サービス」とは異なり、「情報」は意図的に（もしくは誤まって）消滅されない限り、いわゆる「消費される」ことはない。^{*10} どんどん増える一方になる。つまり、供給される「情報」は、供給者の手元に供給後もそのまま残り、しかも「コピー」は容易なので、その供給量を増大させることは簡単である。逆にたとえ最初の供給者がその「情報」の供給量を減らしても、市場において不足気味の「情報」はすでに入手しているところから容易に「コピー」されてしまうので、価格は容易に変動しない。それどころかその「情報」をすでに入手した者が安く売り出したり只で提供したりして全く売れなくなってしまう可能性もある。^{*11}

現在、このことから、「情報」に関しての倫理的側面の自覚形成及び法的側面の「特許」とか「著作権」、「知的所有権」という概念（法体系）の確立・整備が急がれている。

4. 虚偽及び表現の魔術

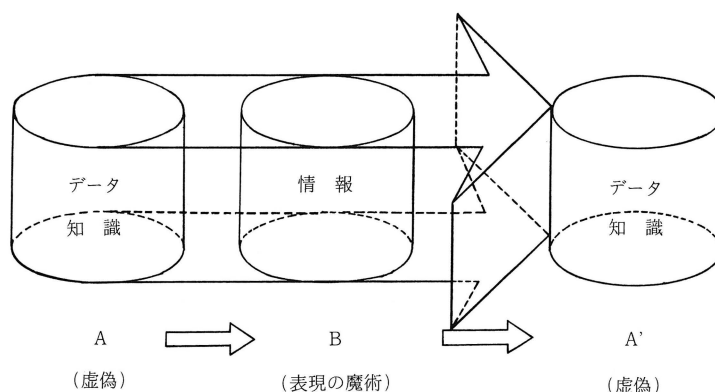
「情報」の本質的属性は、伝達されるということである。ここで「情報」がある実態から正確さを欠く（嘘を含む）とき、その原因として3つをあげることができる。すなわち、A：「知識」・「データ」そのものが誤っている。B：伝達時に誤る。A'：受け取る時に誤って記憶（記録）される。ここではA及びA'を「虚偽」に、Bを「表現の魔術」として考察する（図2）。この二つの「特徴」については、他の物財や「サービス」に馴染まない、「情報」に特有の事柄である。

それぞれの具体的考察の前に、次の三点を（Ⅱに関連している）確認したい。

*10 人の記憶のみに頼った事柄は、時と共に「消費される」と言えるかも知れない。

*11 最近あった「ドラクエ」現象は、珍しい例外の一つであろう。ファミコンのパッケージ・ソフトは、容易に「コピー」できない。しかも、子供たちの多くが、「いかに速く最後まで行けるか」を争った要因も無視できない。

図2 「虚偽」及び「表現の魔術」



① 「虚偽」・「表現の魔術」の行使が全ての面で良くないと言っているわけではない。

② 「虚偽」・「表現の魔術」と感じるかどうかは（特に「表現の魔術」は）主観的要因が強い（前提として置いた「情報操作」の主観性）。

③ 行使され「虚偽」・「表現の魔術」に「良い」とか「悪い」という判断を、全てに示そうとしているわけではない（言い替えると、この判断は立場によって異なる）。

(1) 虚偽

一般的に言って私たちは、「虚偽の情報」が提供されるのを許すわけにはいかない。実際、「嘘をつくな」と言うのは、最も重視すべき倫理価値の一つである。このことは例えば、裁判（いろいろな「情報」～物的証拠という「情報」も含めて～収集によってある判断を下す場）において、「虚偽の情報」すなわち「偽証」は許せないものとして、その罪が重くなっている。

「虚偽」は、「意図的」と「非意図的」の二つに分けて考えることができる。

「意図的な虚偽」の典型的な例は、低俗週刊誌等によくみられる「でっち上げ記事」である。だいたい私たちは一般的に言って、活字には弱く頭からそれを信じてしまう傾向にある（これが低俗週刊誌ならば、少しは割り引いて考えられるが、新聞やある程度権威のある雑誌などの場合は、ほとんど信じてしまうであろう）。もしそれが個人に対して行われた場合は、その人生を狂わせるほどの影響力になる。このような「虚偽」は、断固糾弾せねばならない。

他に、何らかの実験や調査を行った場合、不利な「データ」等を削除したり、「データ」を捏造したりというような悪質な事柄もある。

「非意図的な虚偽」の例として、プログラム（これは、「情報が集約された一つの商品である。従って「情報」の一形態と考える）のバグや本の誤植等がある。前者を例にとる。

私たちは、データを入力すれば、ある結果が出て来るという便利さを享受し、普通そのソフトが間違った結果を出すだろうとは思っていない。従って、バグに気が付かないまま（特にユーザー登録をしていないと、バグ情報や修正ディスクが入手できない）、間違った結果を信じてしまう。またもし、バグがあると気が付いたとしても、よほど高度な知識を有しない限り一般的ユーザーに、修正することはできない。それどころか、どのような時にそのバグが発生する

のかも知れず、その段階でそのソフトを使うことを止めない限り、間違った結果を得る可能性が残る。このプログラムのバグが少ないと考えてはいけない。「問題だらけの国産統計ソフトウェア」¹¹⁾（『日経バイト』49号）によると、国産統計ソフト13製品を対象に、基本的統計量と重回帰分析について9つのテストを試みたところ、全てのテストに正しい答えを出したのは、1製品しかなかった。

(2) 表現の魔術

「表現の魔術」は二つに分けて考えることができる。①十分に表現しないことによって（自分の都合のよい点ばかりを表現して）、「虚偽」の情報を提供するわけではないが、異なったイメージを与える場合、②いわゆるレトリックの問題である。

①としては、防衛費や失業率の算出方法などで、どの「データ」を入れ、どの「データ」をはずすかで議論される類の事柄である。しかしながら、具体例としては、近ごろの原発問題から取り上げる。北電が作成したパンフレット「TOGETHER」²¹⁾（北電の立場を考えると当たり前だが、あちこちに「表現の魔術」が駆使され、原発の素晴らしさを説いている）の放射線に関する記述は、次のごとくである。

まずタイトルは「暮らしの中の放射線」。続いて、「放射線というと、『まあ、恐い!』」と誤ってしまいますね。でも、あなたの周りにはいつも放射線があって、その中で暮しているといったら、どう思いますか？身のまわりにある放射線についてもっとよく知り、正しく理解しましょう。」そして、「1. 宇宙から降り注ぐ放射線。2. 大地にも放射性物質が…。3. 水や食物を通して体内へ。4. 1年間に平均100ミリレム。5. 地域で差のある自然放射線。6. 人工放射線も暮らしの中に。7. 泊発電所は放射線をキチンと管理します。8. 放射線の量を見ることができます。」という見出しが続く。その内容は、「宇宙から放射線が降り注いでいるのをご存じですか？」から始まり、「大地からも放射線が出ており、みんなその中で暮らし」「食物からも放射線を受けて」「年に」「合計100ミリレムの放射線を受けています。とはいっても、何の心配もありません。自然放射線は、地球誕生のときからあり、大昔から人間はこの放射線を受けて健康に暮らしてきたのですから…。」と述べている。そして、「私たちが受ける放射線は、実は地域によって差があり」「テレビや夜光塗料からも放射線が出ていますし～X線撮影～ジャガイモの発芽防止や稲の品種改良など、～人工放射線にお世話になって」いると述べている。その上で、「発電所近くに住む人が受ける放射線量は、年に5ミリレム以下になるように管理されるので安心。5ミリレムと言うのは、自然放射線の20分の1、札幌から旭川に移転して増える分よりもわずかなものです。」

ここに書かれている内容については、概ね「虚偽」は含まれていない。しかし、「暮らしの中の放射線」というように範囲を絞ることによって、放射線の危険な部分、例えば現実にある「放射線障害」についての記述を完全に避けている。また、原子力発電が稼働することによってどれだけの放射性物質が作られ蓄積されるのか（事故発生によってどれだけの放射線が地球上にばらまかれることになるのか）ということも、そしてそれらを最終的にどのように処理するの

*12

かも（廃棄物処理の方法が確立していないまま、見切り発進で原発が動いていることも）このパンフレット全体を通してどこにも書かれていない。もし放射線に対する知識が曖昧であった場合、偏った印象を持つのは明白である。このようなやり方は、「表現の魔術」①の典型的やり方である。

②に関しては、国会における政治家の答弁を思い出してもらえれば充分である。

Ⅳ 情報の分類

1. 本論の情報の分類

分類を試みる理由の一つは、「情報」が市場機構の中にどのようにして商品又はサービスとして入り込んでいるかを考えるときの有効性にもある。従って、その分類上の視点を、「情報」を得たいと私たちが思ったときにどのようにしてそれを入手できるのかに置く（以下表2を参照のこと）。

「情報」を入手できる事柄とできない事柄とに大分類する。入手できる事柄には、基本的に無料な事柄と有料な事柄の二種類あり、これを中分類とする。最後に小分類として6つの群に分けた。なお、具体的に「情報」を入手する場合、必ず何らかの媒体を通さざるを得ないので、その内容ではなく媒体で分類した。

その上で、各群の「情報」の特徴を明確にするために、六つのメルクマールのうち、「コピー」・「機密性」・「虚偽」・「表現の魔術」について、それぞれの高低を考察する。「コピー」については、その内容を「現実的」に丸まま写し換えることができるかどうかを考える。「希少性」は、「機密性」と密接な関係があるので外した。「多面性」に関しては、分類そのものにそれが反映されている。ただしある事柄を「情報」と認めるか否か、価値の有無などについては、分類上余り問題にならないとして、考慮していない。また、重層構造についても考慮外とした。

補足的概念として、「正当性の確認可能性」と「理解の度合」に触れる。「理解の度合」については、入手した「情報」が良く理解できるかどうかということである。実際良く理解できないというケースは少なくない（ハード、ソフトを含めたコンピュータ関係のマニュアル！他に暗号とか）。このことは充分考察に値する事柄だが、本論では具体的にその内容を展開せず、自然言語で「情報」を入手した場合は理解できるという前提を置く。「正当性の確認可能性」とは、私たちが「情報」を入手したとき、その「情報」が正確か否か（どのような「虚偽」や「表現の魔術」が含まれているのか）を確認できるかどうかという概念である。これには二つの側面があり、①「機密性」が高くて確認できない場合、②特殊な研究結果報告等で、それが正しいかどうかは、それなりの設備、技術、知識あるいは機会等がなければできない場合である。いずれにせよ分類表においては、「正当性の確認可能性」の欄を設け、その高低を考察

*12 全くないとは言えない。特に、最後に引用した「年に5ミリレム以下になるように管理されるので」という決意は、反原発の立場からすれば、「虚偽」の可能性を感じてしまうだろう。

表2 情報の分類

大分類	中分類	小分類	「情報」入手先 (機関・媒体等)	「情報」の内容	コピー	機密性	虚偽	表現の魔術	正当性の確認
入手不可能	通常は入手不可能な事柄	1群	・国家 →含地方自治体等 ・企業 ・個人 ・専門職 →医師・弁護士等	・国家機密 ・企業秘密 ・他言してない個人的秘密など ・秘匿義務のあるもの	低	高	低	高	低
		2群	・個人	・噂・風評・雑談等	低	低	高	高	低
	基本的に無料	3群	・企業 ・個人 ・マスコミ・広告 →TV・ラジオ	・社内で必然的に保有されるデータ等 ・個人的秘密ではないが、個人が保有するデータ等 ・文化（知識の体系） ニュース・データ等	普	普	普	普	普
		4群	・教育（機関） →公・私立学校等 ・教養（機関） →塾・カルチャーセンター等 ・専門職 →医師・弁護士等	・文化（知識の体系） 研究 ・ニュース データ 技術 等	低	低	低	普	高
		5群	・マスコミ →新聞等 ・データベース ・印刷 →出版社・広告等 ・調査（機関）	・文化（知識の体系） 研究 ニュース ・データ 技術 等	普	低	低	普	高
		6群	・ソフトウェア・ハウス ・調査（機関）	・アプリケーション・ソフト ・受注ソフト・データ等	高	高	普	低	低
入手可能	基本的に有料								

した。

2. 通常は、入手不可能な「情報」～1群について～

国家機密とか企業機密もしくは医者や弁護士の有する顧客に関する「知識」・「データ」で秘匿義務のあるような、通常は入手不可能な事柄である。この群の最大の特徴は、その「機密性」の高さにある。それにともなって、現実的に「コピー」を試みることは難しい。また、存在する「データ」は、細心の注意を払って作成されるであろうから、「虚偽」の可能性は少ない。しかしながら、なんらかの事情で公開せねばならない時には、「表現の魔術」を駆使することになるであろう。しかもそれを確認することは、この群の他の特徴から明らかなように非常に

難しいことである。^{*13}

3. 基本的に無料である「情報」

入手するためには、基本的に無料である。厳密に言えば、例えば、社内で必然的に保有される「データ」としての社員名簿等も、それを作成するのに、幾ばくかの人権費や紙代等の費用がかかっているが、そのようなものは考慮に入れない。ある「情報」を入手するために直接的に金がかかるか否かに視点がある。

(1) 2群について

噂とか風評の類である。入手するためには、基本的に無料である。この群の最大の特徴は、「虚偽」や「表現の魔術」が行使される可能性が非常に高いことである。噂や風評は通常、人の口から口へと、人の記憶に基づいて伝達されてゆく「情報」である。このようにして伝わる「情報」は、伝わる度にどんどん歪む。

噂話をテープに記録するような場面は想定しにくい。「現実的」にはほとんど考えられない。そういう意味で「コピー」の現実的可能性は低い。「機密性」も低い（「誰にもいっちゃだめよ」といいながらどんどん広がっていく^{*14}）。

(2) 3群について

企業内や個人が必然的に保有する「情報」である。この場合、非意図的な「虚偽」は除いて、「虚偽」の無い「情報」として考える。「虚偽」を意図的にするという事は、そうせざるを得ないような、つまり公開したくない（「機密性」が高い）事柄があると考え、1群に分類する。従ってこの群の「情報」は、積極的の公開はしないかもしれないが、「機密性」は低いといえる。^{*15}

「コピー」は容易である。「表現の魔術」に関しては、個人的情報の場合、プライバシーの問題もあり、高くなる可能性がある。しかも、そのような状態で公開された事柄に関して確認をとるのは、簡単とはいえない場合もありうる。企業の情報に関しては、企業秘密とそうでない事柄はある程度明確に区別されているであろうから、「表現の魔術」が駆使される可能性は低い。確認も容易であろう。企業と個人とを別の群にするべきだとも考えられるが、視点は入手の可能性であり、そういう意味では同じ群にした。なお、社員名簿等が住所録として出版された場合は、5群に分類される。

*13 国家機密、企業秘密などを探ろうとするいわゆるスパイのような存在も確かにあることあり、一つの商売として成立しているかも知れない。しかしながら、あくまでもアンダーグラウンドな存在であり、それらについては、また別の機会の考察となるであろう。

*14 「情報操作」が行われたかどうかが問題になるのは、「虚偽」・「表現の魔術」・「確認の可能性」がそれぞれ、高・高・低の場合である。したがってこの群の考察は、社会科学にとっては非常に興味深く重要なものである。

*15 個人的情報の場合、明確な個人的秘密でない限り、それを公開するか否かは、たぶんはそのときの気分による。

またここには、TVやラジオもしくは車内広告のような「情報」も含めてある。実際、TV・ラジオ等から実に多くの「情報」を私たちは入手することができる。新聞は、新たな「情報」を手に入れるために、毎日（月極で）買わなければならないが（5群に分類）、TV・ラジオは一度そのハードウェアを買ったところから何年間は「情報」を入手できる。^{*16}「正当性の確認可能性」については、②のケースが考えられ、難しい場合もある。^{*17}

4. 基本的に有料な「情報」

この「情報」を4群から6群の3つの群に分ける。「情報」の入手という視点で考えたとき、「情報」の買い手の手元にその「情報」が通常何らかの物体に付随して残るか残らないかで区別できる。残らない「情報」を4群に、残る「情報」を5群に分類した。また、手元に残る「情報」のうち、公共性の低い「情報」を6群とした。

(1) 4群について

教養的及び専門的（又は娯乐的）知識を入手するために、私たちがその専門家に教えるを乞うような場合である。具体的には、学校やカルチャーセンター等で何かを教わる場合や、医者から病気の診断をうけるような場合である。従って、「機密性」は低く、「正当性の確認可能性」はほとんど全ての場合で高い。

口頭で伝わった「情報」は物理的に「コピー」が難しいわけではないが、「現実的」には余り行われぬ。もし行われたとしても、それを「知識」もしくは「データ」として蓄積するときには加工する必要がある、その時に「虚偽」又は「表現の魔術」が顔を出しやすい。

勘違いなどはあるが、「虚偽」の可能性は低い。「表現の魔術」に関しては、相手の「理解の度合」の関係もあり、行使されないわけではない。

(2) 5群について

情報が受け手の手元に残る場合である。マスコミ関係では、新聞・雑誌等、そのほかデータベースサービスや本などが含まれる。「コピー」は、簡単である。「機密性」も「虚偽」の可能性も低い。「表現の魔術」としては、それが駆使される可能性がないわけでもない。「正当性の確認可能性」は一般的には高いが、②の場合もある。なお、学問研究のように新たに創られる「情報」は、その成果の発表前は1群もしくは3群としてとらえられるが、発表後は基本的にこの群に入る（それが専門知識や教育に利用されると4群になる）。

(3) 6群について

「情報」が手元に残る場合のうち、公共性の低い事柄である。具体的には、調査機関によって収集される「機密性」の高い「情報」や、ソフトウェア・ハウスが創るプログラム等である。

*16 この場合電気代は考慮にいれていない。また、NHKの受信料も別の性格と考えている。有線TVは新聞と同じである。

*17 他に例えば、企業が広告制作者に広告を作らせるような場合は、できた広告を広告制作者から買うということであるから、この場合の広告という「情報」は、5群に分類される。

現実的には、「コピー」されることが多い。プログラムに関しては、普通プログラムリストは手に入れることができない。たとえ入手できたとしても専門知識を持たない限り、一般的には読解は不可能である。そういう意味で「機密性」は高いと判断する。同様の理由により「正当性の確認可能性」は低い。「虚偽」に関しては、意図しない事柄でかなりあると考えられる。いわゆるプログラムのバグである。「表現の魔術」が駆使されることは余りない。

「情報の特徴」として、「虚偽」の可能性が高いのに「表現の魔術」が行使されない少ない例の一つが、プログラムである。

5. 「情報」の特徴と売買可能性

売買の可能性のある「情報」は、入手するためには基本的に有料な事柄で、4群から6群が当てはまる。最後に、「情報」のそれぞれの特徴と売買の可能性の相関についてまとめた。

6群を除いて売買可能のメルクマールになる事柄は、「機密性」である。「機密性」の高い「情報」は売買の対象になりずらく、極端に高いものはその存在すら知られないことになる。「虚偽」の可能性の高い「情報」も売買の対象になりずらいが、例外は、「虚偽」と「表現の魔術」の両方の可能性の高い場合である。これはマスコミや広告等から入手される「情報」で、典型的には芸能情報である。この「情報」の入手を希望する人たちは、実のところ、真の「情報」よりは興味本位の内容といかに面白く伝わるかという点に関心がある。「コピー」に関しては、それが現実的によくされる「情報」は5群に、そうでない「情報」は4群に分けられる。

6群は興味深い対象である。特に近年の「コンピュータ化」によって急激に増加しているプログラム（アプリケーション・ソフト）については、その性質が通常の商品とはかなり異なり、それがさまざまな混乱の原因になっている。その是正のためにも、著作権や知的所有権のような諸権利の確立と法的側面のバックアップが急がれる。同時に買い手の保護（バグ情報や修正ディスクの送付等のアフターサービスの誠実な実行、マニュアルの適正化等）を作り手の自覚とともに促したい。

最後に、「コピー」・「機密性」・「虚偽」・「表現の魔術」の四つの特徴の高低で16分類を行い、それに「正当性の確認可能性」の高低を加え、最終的には32分類して、その分類の中にどのような群が基本的に入り込むかを検討した（表3）。

V お わ り に

本論では、以下のことに言及した。

① 「情報」を社会科学的に取り扱おうとすると、全てを客観的には扱えず、そのことを前提に考察を進めなければならない。

② 「情報の特徴」を考察し、他の物財や「サービス」とはかなり異なっていることを明らかにした。

③ 「情報」の分類を試み、売買の可能性のある「情報」の特徴を明らかにした。

今後の課題は、経営戦略上利用される「情報」や市場に影響を与える「情報」についての研

表3 情報の特徴からの分類

	コ ピ ー	機 密 性	虚 偽	表 現 の 魔 術	正 当 性 確 認	群	備考（具体例等）
1	×	×	×	×	×	4 4・3	3は個人情報
2	×	×	×	○	×	4・3 4・3	3は個人情報（例外）
3	×	×	○	×	×	—	①による
4	×	○	×	×	×	1・6 1	6は強いプロテクトのかかった優良P
5	○	×	×	×	×	5 5・3	5（一部）
6	×	×	○	○	×	2 2	
7	×	○	×	○	×	1 —	1（例外）
8	○	×	×	○	×	5 5	
9	×	○	○	×	×	6 —	6（一部）は強いプロテクトのかかったバグのあるP
10	○	×	○	×	×	— —	①による
11	○	○	×	×	×	6 —	※1
12	×	○	○	○	×	—	②による
13	○	×	○	○	×	3 5	3（例外・一部）マスコミ・広告・5（一部） 5（一部）
14	○	○	×	○	×	—	②による
15	○	○	○	×	×	6 —	6（一部）プロテクトのかかっていないP
16	○	○	○	○	×	—	②による

記号の説明

○：可能性が高い ×：可能性が低い —：該当する情報はない （一部）：その群の一部の情報のみ
（例外）：例外的に存在するだけ P：プログラム

※1 6は調査機関によって収集された情報。他にプロテクトのかかっていない優良P（一部）。

規則①：「コピー」（○）「機密性」（○）の「情報」はP以外ない

規則②：「機密性」（×）「虚偽」（○）「表現の魔術」（×）の「情報」はない。（「虚偽」（○）「表現の魔術」（×）という例は、6群のPの例しかない。従って本論の流れからは、「機密性」（○）。

規則③：「機密性」（○）「表現の魔術」（○）は、1群（例外）以外ない。

規則④：「機密性」（○）「正当性の確認可能性」（○）は、1群（例外）以外ない。
（何らかの事情で企業機密等が漏れた場合のみ）。

究を、「情報の特徴」特にその主観性や「虚偽」・「表現の魔術」という側面をその視野に入れつつ、行うことである。これらの側面を捨象した考察は、「現実からの遊離」という事態を招くであろう。

参 考 文 献

- 1) 大隅 昇・秋山直樹：問題だらけの国産統計ソフトウェア，日経バイト，第49号，pp. 225, 1988.
- 2) 北海道電力株式会社編：Toghtther Let's think!（パンフレット），北海道電力株式会社，1988.
- 3) 野口悠紀雄：情報の経済理論，東洋経済新報社，1974.
- 4) 斉藤精一郎：情報エコノミーの衝撃～大変換をどう読むか～，日本経済新聞社，1985.
- 5) 飯沼光夫・大平号声・増田祐司：情報経済論，有斐閣，1987.

(1988・9・19)